



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Diaz Ezra Pradipta

44317010025

Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Seribu Jakarta Dalam Upaya Menjadikan Pulau Tidung Sebagai Tujuan Wisata Pada Tahun 2021

Jumlah Halaman : 67 Halaman + 4 Lampiran

### ABSTRAK

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki keindahan alam dan tempat-tempat wisata yang dapat mendukung perkembangan pariwisata. Dengan begitu, penting untuk meningkatkan semua aspek pariwisata, salah satunya dengan kegiatan promosi dalam industri pariwisata. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi promosi dinas pariwisata kabupaten kepulauan seribu Jakarta dalam upaya menjadikan pulau tidung sebagai tujuan wisata pada tahun 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi dinas pariwisata Kabupaten Kepulauan Seribu Jakarta dalam upaya menjadikan pulau tidung sebagai tujuan wisata pada tahun 2021.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara mendalam dan studi kepustakaan. Wawancara dilakukan terhadap key informan dan informan yang memiliki wewenang dalam promosi pulau tidung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Seribu dalam usaha menjadikan Pulau Tidung sebagai tujuan wisata sudah sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Dengan empat elemen promosi melalui *Sales Promotion, Personal Selling, Public Relation, Advertising*.

**Kata Kunci : Awareness, Interest, Loyalty, Kunjungan Wisatawan, Strategi Promosi, Dinas Parwisata, Pulau Tidung, Kepulauan Seribu**



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Advertising & Marketing Communication

Diaz Ezra Pradipta

44317010025

Strategi Promosi Dinas Pariwisata Kabupaten Kepulauan Seribu Jakarta Dalam Upaya Menjadikan Pulau Tidung Sebagai Tujuan Wisata Pada Tahun 2021

Number of Pages : 67 Pages + 4 Attachments

### ABSTRACT

*Indonesia is an archipelagic country that has natural beauty and tourist attractions which support tourism development. Therefore, it is important to improve the supporting aspects of tourism industry, one of which is tourism promotion activities. This study was conducted to determine the promotion strategy of kepulauan seribu regency tourism office, Jakarta in the effort to make Tidung Island a tourist destination in 2021.*

*This study aims to analyze the promotion strategy of the Department of Tourism in the Kepulauan Seribu Regency, Jakarta as part of an effort to make Tidung Island a tourist destination in 2021.*

*This research uses a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques used are in-depth interviews and literature study. Interviews were conducted with key informants and informants who have the authority to promote Tidung Island.*

*The results of this study indicate that the strategy of the Thousand Islands Regency Tourism Office in an effort to make Tidung Island a tourist destination is in accordance with the predetermined plan. With four elements of promotion through Sales Promotion, Personal Selling, Public Relations, Advertising.*

**Keywords:** *Awareness, Interest, Loyalty, Tourist Visit, Promotion Strategy, Tourism Office, Tidung Island, Kepulauan Seribu*